

Projetando para emoções e relações: um novo paradigma no design contemporâneo

Renata de Assunção Neves (PUC-RIO, Brasil)

renatanevesdesign@gmail.com

Vera Maria Damazio (PUC-RIO, Brasil)

vdamazio@puc-rio.br

Projetando para Emoções e Relações: Um Novo Paradigma no Design Contemporâneo

Resumo: Este artigo examina a mudança no design de uma abordagem centrada na estética e funcionalidade para uma mais focada nas relações. Inicialmente, discute-se a transição paradigmática no campo do design. Em seguida, o foco se volta para o Design Emocional, explorando como ele busca criar experiências positivas e transformadoras, que impactem o bem-estar a longo prazo. Por fim, o artigo aborda o Design Relacional, integrando esse conceito ao Design Emocional e destacando a necessidade de abordagens de design mais humanizadas e colaborativas. A discussão inclui críticas e limitações, apontando para desafios como o equilíbrio entre as necessidades dos stakeholders. Conclui-se que, embora haja desafios, a integração do design relacional com o emocional é fundamental para responder aos desafios sociais complexos enfrentados pelo design contemporâneo, promovendo soluções significativas e centradas no ser humano e nas comunidades.

Palavras-chave: Design Relacional; Design Emocional; Desafios Sociais Complexos.

Designing for Emotions and Relationships: A New Paradigm in Contemporary Design

Abstract: *This article examines the shift in design from an approach focused on aesthetics and functionality to one more centered on relationships. Initially, it discusses the paradigmatic transition in the field of design. Subsequently, the focus shifts to Emotional Design, exploring how it aims to create positive and transformative experiences that impact long-term well-being. Then, the article addresses Relational Design, integrating this concept with Emotional Design and highlighting the need for more humanized and collaborative design approaches. The discussion includes critiques and limitations, pointing to challenges such as balancing the needs of stakeholders. It concludes that, despite the challenges, the integration of relational and emotional design is essential to address the complex social challenges faced by contemporary design, promoting meaningful solutions centered on the human being and communities.*

Keywords: *Relational Design; Emotional Design; Complex Social Challenges*

1. Introdução

Em uma fase marcada por rápidas mudanças tecnológicas e desafios sociais complexos, o design vive sua transformação significativa. Longe de serem apenas estéticos ou funcionais, os projetos contemporâneos estão cada vez mais imersos em contextos sociais e emocionais. Cabe ao designer neste momento, conectar saberes e pessoas, de modo a, coletivamente e colaborativamente, desenvolver recursos para lidar com a complexidade desses contextos. Como dito por Rafael Cardoso (2013) “a grande importância do design reside, hoje, precisamente em sua capacidade de construir pontes e forjar relações num mundo cada vez mais esfacelado pela especialização e fragmentação de saberes” (p.234).

Este artigo visa explorar esta evolução paradigmática, destacando a mudança do design de uma abordagem centrada em estética e funcionalidade para uma focada nas relações humanas e no impacto emocional. Inicialmente, analisaremos como o design tem se adaptado às novas exigências de um mundo em constante mudança, refletindo sobre o movimento em direção a uma abordagem mais relacional e contextual, tendo como interlocutores Andrew Blauvet (2008), Klaus Krippendorff (2006), Rafael Cardoso (2013) e Jorge Frascara (2002).

Em seguida, aprofundaremos no conceito de Design Emocional, investigando como esta abordagem busca não apenas satisfazer as necessidades imediatas, mas também criar experiências positivas e transformadoras que promovam o bem-estar a longo prazo. A partir de uma contextualização histórica, iremos refletir sobre como tem se desenvolvido uma ênfase no design emocional, que é voltada ao bem-estar humano e social, para além do prazer hedônico. Pesquisadores como Tonetto, Fokkinga e Desmet, contribuem com a discussão, através da abordagem do design para o bem-estar e do design positivo.

Traremos por fim, o Design Relacional, um conceito emergente que interliga o design com a dinâmica das relações humanas. Aqui, destacaremos a importância de integrar o Design Emocional ao Design Relacional, formando uma prática de design mais holística, humana e colaborativa. Abordaremos habilidades e ferramentas necessárias para desenvolver projetos com esse foco, tendo como interlocutor Daniel Goleman (2019). Concluiremos com exemplos de projetos que demonstram a importância de focar nos aspectos emocionais e relacionais humanos ao projetar, principalmente quando abordamos desafios sociais complexos.

Finalmente, argumentaremos que, apesar dos desafios, a integração do design relacional e emocional é essencial para enfrentar os desafios sociais do design contemporâneo, conduzindo a soluções que são significativamente

centradas no ser humano e na comunidade. Este artigo propõe lançar luz sobre como o design, em sua essência, está evoluindo para além de sua forma e função tradicionais, assumindo um papel crucial na facilitação de experiências humanas mais ricas e profundas.

2. Mudanças no campo do design

Andrew Blauvelt é um curador, educador, escritor e designer influente, conhecido por suas contribuições significativas na mudança do campo do design. Através de seus escritos e projetos, Blauvelt influenciou a maneira como designers e acadêmicos entendem e praticam o design, expandindo o foco da disciplina para além dos aspectos estéticos e funcionais, para incluir complexidades relacionais e contextuais. No seu texto “Towards Relational Design” (2008), o escritor discute uma mudança de paradigma “que abranja todas as disciplinas do design, desigual na sua evolução, mas que possui um maior potencial transformador do que as tendências micro-históricas dariam a entender” (Blauvelt, 2008, s/n). Ele aponta que estamos na terceira grande fase da história do design, onde os projetos se tornam relacionalmente baseados e contextualmente específicos.

Blauvelt (2008) categoriza a primeira fase como aquela iniciada no começo do século xx, em que os designers se concentraram no desenvolvimento de uma linguagem visual universal, e enfatizaram a simplificação e o essencialismo. A segunda fase, a partir dos anos 1960, voltou-se para o potencial de construção de significados pelo design, o valor simbólico, a dimensão semântica e o potencial narrativo. Em outras palavras, os designers assumiram maior controle do conteúdo essencial do seu trabalho e, por isso, também da sua forma. A terceira fase, emergindo em meados da década de 1990, enfoca a dimensão performativa do design, considerando os efeitos nos usuários e a sua capacidade de facilitar as interações sociais, marcando a transição para um design mais aberto e colaborativo. Influenciada pelas tecnologias digitais, mas não limitada a estas, esta fase recebeu influência das suas metáforas, como redes sociais, colaboração *open source* e interatividade. Partindo das experiências de forma e conteúdo das fases anteriores, ela passa a incluir em suas práticas elementos performativos, pragmáticos, programáticos, orientados a processos, abertos, experienciais e participativos.

No gráfico abaixo, três assentos icônicos exemplificam as fases evolutivas do design em termos de produto. A poltrona Wassily, de Marcel Breuer, simboliza a primeira fase e incorpora os ideais do Bauhaus de simplicidade, funcionalidade e racionalidade. Sua estrutura em tubos de aço e estética minimalista ilustram a concentração na forma e na linguagem visual que define essa fase. A cadeira Favela, criada pelos Irmãos Campana, representa a segunda

fase do design. Construída com pedaços de madeira reciclados, similares aos encontrados nas favelas brasileiras, esta cadeira transcende a função e estética, incorporando uma dimensão de significado cultural e social. Este design reflete a importância do contexto cultural, simbolismo e narrativa, elementos centrais da segunda fase. Finalmente, a cadeira Aeron, desenhada por Don Chadwick e Bill Stumpf, exemplifica a terceira fase. Conhecida pela ergonomia e adaptabilidade ao usuário, esta cadeira vai além de forma e significado, focando na experiência do usuário, no conforto e adaptabilidade. Ela enfatiza a interação e performance no uso cotidiano, refletindo a abordagem pragmática que caracteriza a terceira fase do design (figura 1).



FIGURA 1.

Klaus Krippendorff é um renomado teórico, pesquisador e professor no campo do design. Entre suas contribuições mais notáveis, Krippendorff desenvolveu a “Teoria Semântica do Design”, que explora a relação entre os objetos de design e os significados que eles comunicam aos usuários. Esta abordagem coloca ênfase na maneira como os usuários interpretam e interagem com os produtos de design, considerando o design não apenas como uma questão de estética ou funcionalidade, mas também como um meio de comunicação e expressão.

Em 2006, Krippendorff, explorou a complexidade e a natureza imaterial do mundo contemporâneo e como o design responde a esses desafios. Ele delineou uma “trajetória de artificialidade” no design, que vai desde o design de produtos materiais até a criação de discursos, abrangendo interfaces, redes e sistemas multiusuários e projetos. Ele enfatiza que esta evolução não representa etapas fixas, mas fases que expandem as fronteiras do design para novos tipos de artefatos.

No gráfico da imagem 2, observamos essas mudanças de perspectiva. Na fase dos produtos, itens como a poltrona Wassily e a Four Side Table de Marcel Breuer, e as louças de Hans Roericht são exemplos da busca por uma estética universalista e funcionalidade. A fase dos bens, serviços e identidades muda o foco para a estética e simbolismo, com exemplos como o espremedor de laranja de Philippe Starck e a cadeira de balanço de Oscar Niemeyer, além da identidade corporativa ilustrada pela Apple.

Na fase da interface, a experiência do usuário vem à tona, exemplificada pelo iMac da Apple que democratizou o uso do computador através de uma interface intuitiva e pela Cadeira Aeron de Bill Stumpf e Don Chadwick, que destacam a importância da reconfigurabilidade e adaptabilidade. A fase dos sistemas e redes multiusuários concentra-se na criação de comunidades digitais, com o Orkut e o Facebook servindo como exemplos, onde informatividade, conectividade e acessibilidade são essenciais.

A fase de projetos enfatiza a viabilidade social, direcionalidade e compromisso, com o design participativo e o codesign emergindo como conceitos-chave para projetos colaborativos. Por fim, a fase do discurso baseia-se em generatividade, rearticulabilidade e solidariedade, exemplificada pelo aplicativo “Tem Açúcar?”, que promove conexões entre vizinhos e uma economia colaborativa e sustentável, ressaltando a importância das relações interpessoais.



FIGURA 2. Infográfico demonstrativo da trajetória da artificialidade de Krippendorff. Fonte: as autoras

Com isso, observamos uma transição do design de uma orientação centrada na tecnologia para uma abordagem focada no ser humano. De acordo com Krippendorff (2006), essa transição inclui: (a) a conversão do design de produtos convencionais em design de artefatos com funções sociais diversificadas; (b) a transição de uma visão de design universal e culturalmente neutra para uma que enfatiza a linguagem na criação de contextos específicos para diferentes comunidades; (c) a mudança das funções e usos estabelecidos de produtos e tecnologias para uma abordagem que permite aos usuários personalizá-los de acordo com suas necessidades e contextos; (d) a transformação do papel dos designers de figuras solitárias para colaboradores ativos, envolvendo usuários e partes interessadas no processo de design; e (e) a mudança do foco em objetos materiais para um maior entendimento dos processos de criação e reconfiguração de ambientes artificiais.

As transformações significativas no campo do design, apontadas por Andrew Blauvelt e Klaus Krippendorff, são intensificadas pelas atuais inovações tecnológicas. Rafael Cardoso, em seu livro “Design para um mundo complexo” (2013), explora essas transformações, examinando os impactos da era digital na economia, política, sociedade e cultura. Em meio à complexidade crescente e à interconexão dos sistemas, ele percebe o design como um campo em expansão, crucial para a construção de relações em um mundo cada vez mais especializado. Essa perspectiva reforça as observações de Blauvelt e Krippendorff sobre a transição do design para abordagens mais focadas nas relações humanas e na comunidade. As mudanças tecnológicas estão impulsionando transformações sociais que afetam diretamente os objetivos do design, exigindo dos designers novas habilidades e a aplicação de ferramentas em contextos complexos.

Ao explorar as transformações no campo do design, identificamos uma mudança significativa - de uma abordagem centrada na estética e funcionalidade para uma mais orientada para as relações e contextos humanos. Esta evolução, destacada pelas contribuições de pensadores como Blauvelt e Krippendorff, abre caminho para um entendimento mais profundo e humanizado do design. A próxima fase desta evolução se manifesta claramente no emergente campo do Design Emocional, onde as emoções e experiências humanas tornam-se centrais no processo criativo.

3. O design emocional

O Design Emocional, conforme descrito por Vera Damazio (2016), é uma área interdisciplinar de pesquisa, focada no desenvolvimento de conhecimentos teóricos e práticos sobre a habilidade do design em evocar emoções e criar experiências positivas intencionais. Esse campo enfatiza o impacto

do design nas respostas emocionais, comportamentos e atitudes. Desde a década de 1980, o Design Emocional integra conceitos teóricos e metodológicos de diversas áreas, destacando a influência das emoções em aspectos como julgamento, tomada de decisão, percepção, atenção e processamento de informações. Damazio também ressalta que emoções são frequentemente desencadeadas por uma variedade de estímulos, incluindo objetos reais ou representações mentais, e sublinha a raridade de interações emocionalmente neutras com o design.

Podemos identificar duas ênfases principais no Design Emocional. A primeira abordagem, centrada em emoções positivas, direciona-se a produtos e interfaces, visando estimular emoções positivas e experiências prazerosas. Esta abordagem integra conceitos das ciências cognitivas, marketing e psicologia, focando na identificação de emoções nas interações homem-computador e homem-produto, no impacto da estética nas percepções e respostas emocionais dos usuários, e no desenvolvimento de ferramentas para avaliar a experiência do usuário. A segunda abordagem, voltada para emoções adequadas, abrange o design em um espectro mais amplo, incluindo produtos, serviços, políticas públicas e dinâmicas sociais. Ela visa promover emoções específicas que induzam mudanças positivas no estilo de vida e situações sociais, envolvendo conceitos de sociologia, antropologia e estudos culturais para entender as necessidades emocionais dos usuários e seus contextos culturais, propondo métodos e frameworks para o desenvolvimento de intervenções de design que contribuam para estilos de vida e realidades sociais mais saudáveis (Damazio, 2016).

A pesquisa de Stevens et al. (2019) levanta algumas divergências acerca do que significa o Design Emocional. Segundo os autores, alguns pesquisadores associam o campo apenas à primeira abordagem, alinhada ao bem-estar hedônico, focado na satisfação com a vida e nos aspectos afetivos. Por outro lado, eles citam outras abordagens possíveis, como a abordagem das capacidades, o design para o bem-estar e o design positivo, que focam nos elementos fundamentais para uma vida boa, a partir da percepção do indivíduo como detentor de potencialidades. Estas abordagens são menos centradas em emoções passageiras e mais preocupadas com o impacto a longo prazo na qualidade de vida. Tais abordagens alinham-se à segunda ênfase do Design Emocional.

O campo do Design Emocional, inicialmente focado nas emoções positivas, recebeu contribuições significativas de vários pesquisadores. Patrick Jordan (2002), Donald Norman (2008) e Pieter Desmet (2002) são figuras-chave na evolução desta área. Jordan foi pioneiro na exploração das dimensões imateriais do design, articulando o conceito de 'Prazer do Produto'

e classificando o prazer derivado dos produtos em quatro categorias: fisiológico, social, psicológico e ideológico. Norman popularizou o Design Emocional em 2004, destacando três níveis de design: visceral, comportamental e reflexivo, com raízes na experiência do usuário (UX), introduzida por ele em 1993. Sua obra enfatizou a minimização de emoções negativas como frustração e raiva durante o uso de produtos. Pieter Desmet introduziu em 2002 um modelo fundamentado na “Appraisal Theory” para ajudar os designers a entender a interação emocional dos usuários com o design. Esta teoria cognitiva das emoções permite ao designer determinar qual emoção deseja evocar no usuário e, em seguida, identificar os fatores que contribuem para essa resposta emocional, visando integrar esses elementos ao processo de design.

Posteriormente, em 2020, Fokkinga e colaboradores desenvolveram um framework abrangente para avaliar os impactos psicológicos, sociais e comportamentais do design, decorrentes das interações humanas. Este modelo, resultante da análise de 186 estudos de caso em workshops especializados, estrutura-se em três níveis: experiências imediatas com o produto (abrangendo aspectos estéticos, significativos e emocionais), impactos a médio e longo prazo em comportamentos, atitudes e conhecimentos dos usuários, e influências na qualidade de vida e na sociedade como um todo. Os pesquisadores observaram que, no primeiro nível, os designers geralmente trabalham com tipologias de emoções, comportamento, necessidades e sentimentos. O segundo nível expande-se para abarcar emoções derivadas de experiências ricas ou ferramentas, métodos e estratégias para promover mudanças comportamentais. Contudo, ressaltaram uma lacuna significativa no terceiro nível, especialmente na avaliação de efeitos duradouros dos projetos de design.

O Design Emocional, visando contribuir para sociedades mais saudáveis, concentra-se principalmente nos níveis intermediário e avançado do framework de Fokkinga e colaboradores. Isso é exemplificado no design para o bem-estar e no design positivo, que visam impactos sociais positivos e sustentáveis, e serão abordados em seguida.

3.1 O design para o bem-estar

O termo “bem-estar” refere-se ao conceito apresentado por Damazio e Tonetto (2022) como um fenômeno multidimensional que abrange aspectos hedônicos e eudaimônicos. O bem-estar hedônico está relacionado à satisfação com a vida e aos componentes afetivos, conhecido como bem-estar subjetivo. Por outro lado, o bem-estar eudaimônico envolve construtos como autoaceitação, crescimento pessoal, propósito de vida, relações

positivas, domínio do ambiente e autonomia, sendo denominado bem-estar psicológico.

Os designers podem adotar duas formas de intervenção ao projetar para o bem-estar. Na primeira abordagem, investigam e projetam explicitamente para evocar níveis mais elevados de bem-estar. Isso pode ser alcançado ao incitar afeto positivo, inibir emoções negativas, melhorar a avaliação geral da vida, estimular o sentido da vida e potencializar o uso das virtudes pessoais. Nessa abordagem experimental, variáveis independentes relacionadas ao design são manipuladas, e seus efeitos no bem-estar são medidos. Essa abordagem está associada a construtos como bem-estar psicológico ou subjetivo, e está alinhada à psicologia positiva.

Na segunda abordagem, o foco não está diretamente no bem-estar em si, mas sim em projetar para estimular preditores de bem-estar. Nesse caso, o design concentra-se em características e experiências humanas que se acredita melhorarem o bem-estar, como a resolução de conflitos internos e influências ambientais. Essa perspectiva requer uma expansão do escopo do design, indo além de artefatos individuais para o design de um ecossistema que proporcione uma experiência duradoura de bem-estar. Essa abordagem está alinhada aos princípios do design relacional.

Dessa forma, o design para o bem-estar pode ser realizado tanto por meio de uma intervenção direta, visando diretamente o bem-estar, quanto por meio de uma intervenção indireta, projetando para estimular fatores que se acredita estarem relacionados ao bem-estar. Ambas as abordagens contribuem para a compreensão e a prática do design centrado nas pessoas (Tonetto, 2019). Compreender como as emoções, sentimentos e humores afetam o bem-estar e as relações mediadas pelo design é fundamental para projetar de forma mais humana, assertiva e empática.

3.2 O design positivo

O design positivo, conforme definido por Desmet e Pohlmeier (2013), engloba todas as formas de design, pesquisa e intenção que buscam promover o bem-estar subjetivo de indivíduos e comunidades. Essa abordagem é fundamentada em três pilares: design para o prazer, design para o significado pessoal e design para a virtude. O primeiro pilar busca proporcionar afetos positivos e evitar os negativos no momento presente. O segundo concentra-se em objetivos pessoais e no senso de significado derivado das conquistas. Por fim, o último pilar enfoca os esforços para alcançar comportamentos virtuosos.

De acordo com Desmet e Pohlmeier (2013), existem cinco características-chave do design positivo. A primeira é a orientação por possibilidades,

em vez de focar nos aspectos negativos. Em seguida, há o equilíbrio entre o bem-estar hedônico e eudaimônico. O terceiro aspecto é o foco no ajuste pessoal por meio de uma abordagem centrada na pessoa. Além disso, destaca-se o envolvimento ativo do usuário e a busca de impacto a longo prazo, abordando questões pessoais e sociais mais amplas, como mudanças comportamentais e satisfação com a vida.

O Design Emocional, como vimos, representa uma resposta inovadora às mudanças paradigmáticas no design, enfatizando a criação de experiências positivas e transformadoras. Esta abordagem não apenas complementa as tendências contemporâneas no design, mas também prepara o terreno para uma prática ainda mais integrada e centrada no ser humano: o design relacional. Este próximo tópico expandirá como o Design Emocional se entrelaça com práticas relacionais, destacando a importância da empatia e da colaboração na construção de soluções de design mais significativas e impactantes.

4. Conectando o Design Relacional ao Design Emocional

No contexto colaborativo, os designers atuam como facilitadores, co-criando com as partes interessadas, em vez de impor soluções. Tal abordagem relacional reconhece a natureza social do ser humano e sublinha a importância de considerar as dimensões sociais e relacionais no design. Portanto, os designers devem ir além do projeto para pessoas, considerando as implicações sociais e comunitárias de seus trabalhos, enfocando uma compreensão abrangente de fatores individuais, subjetivos, contextuais e relacionais.

No editorial de 2009 da “International Journal of Design”, Desmet e Hekkert discutem estratégias para integrar emoções no design, destacando quatro abordagens principais: centrada no usuário, no designer, baseada em pesquisa e em teoria. Propomos uma quinta abordagem, a relacional, essencial no contexto que busque facilitar conexões profundas entre indivíduos mediados pelo ambiente. Esta abordagem tem o potencial de valorizar a importância das emoções sociais e o uso do design como mediador de experiências transformadoras.

A integração do Design Emocional ao Design Relacional abre caminho para a cocriação de soluções transformadoras, aprofundando-se nas dinâmicas emocionais subjacentes. A consciência social e a promoção de relações autênticas, características do Design Relacional, complementam-se com a exploração das emoções e sentimentos inerentes às interações humanas. Esta transformação, impulsionada pela importância das conexões sociais, da empatia e da percepção das nuances emocionais, evidencia a convergência entre o design para o bem-estar e o design relacional. Ambos visam

melhorar a qualidade de vida, focando nas necessidades individuais e promovendo relações significativas.

A habilidade do Design Emocional de facilitar emoções e sentimentos positivos, aliada à abordagem relacional de criar conexões interpessoais autênticas, fornece um terreno fértil para o florescimento do bem-estar pessoal e social. Assim, ao integrar práticas do Design Emocional, o Design Relacional emerge como um catalisador para experiências humanas enriquecedoras, centradas nas emoções, nos relacionamentos e no desenvolvimento humano. Esta integração destaca a necessidade de ferramentas e habilidades que nutram e potencializem a abordagem relacional, promovendo relações mais profundas e significativas.

4.1 A consciência social

Na busca por um equilíbrio entre significado e prazer no design, é essencial compreender profundamente as emoções e sua mediação pelo design, por meio de uma consciência social. Esta compreensão engloba empatia, abertura e autoconsciência, capacitando os designers a entenderem tanto a si mesmos quanto aos outros. Como designers, devemos assumir o papel de facilitadores de relações, reconhecendo que não se pode projetar relações, mas sim habilitá-las, conforme Cipolla (2018) sugere. Promover momentos de vulnerabilidade não só aumenta a abertura, mas também amplia a consciência social e o apoio mútuo. Para isso, é fundamental desenvolver habilidades de consciência social, incluindo empatia, sintonia, precisão empática e cognição social.

A empatia, desempenhando um papel crucial no design relacional, compreende componentes cognitivos e emocionais poderosos. Ela envolve conhecer, sentir e reagir com compaixão aos sentimentos do outro, como delineado por Goleman (2019) e Hargreaves et al. (2018). A sintonia se foca em ouvir e conectar-se genuinamente com o outro, enquanto a precisão empática envolve compreender pensamentos e sentimentos alheios. Já a cognição social refere-se ao entendimento do funcionamento do mundo social e à interpretação dos sinais sociais.

Um exemplo de abordagem do design que leva em consideração esses pontos é o Design Compassivo (Seshadri et al., 2019). Essa abordagem se baseia na metodologia de Design Positivo (Desmet & Pohlmeier, 2013) e está especificamente preocupada em projetar para afetos positivos. Compaixão é descrita como “um sentimento de preocupação que surge quando nos deparamos com o sofrimento de outro e nos sentimos motivados a aliviar esse sofrimento” Lama, Tutu e Abrams (2016, p. 252). É uma palavra pró-ativa

que implica agência, ação e sugere a necessidade de “se envolver” e efetuar mudanças.

Como abordagem de design, assume que o designer é um participante ativo em estratégias para fazer uma diferença positiva na vida das pessoas. Exige que o pesquisador de design seja empático e responsivo à pessoa para quem está projetando, e informado sobre o contexto em que vivem e os desafios que enfrentam. O Design Compassivo foca em três componentes vitais que são fundamentais para esse fim: estimular os sentidos, ser altamente personalizado e ajudar a promover conexões entre as pessoas.

No design, a abordagem das emoções pode ser subjetiva e pessoal. As respostas conscientes dos participantes nem sempre refletem suas verdadeiras emoções e experiências na interação com o ambiente e com os outros. A experiência pessoal do pesquisador em situações análogas pode oferecer insights mais profundos, levando a uma abordagem mais empática do projeto. Isso pode ser facilitado por métodos de pesquisa autoetnográficos. Por exemplo, a pesquisa de Bochner (2019) sobre luto em diferentes culturas ilustra como a experiência pessoal de perda pode aprofundar a compreensão desse sentimento. Observar as próprias emoções com estranhamento e as emoções dos outros com familiaridade oferece uma abordagem valiosa no design emocional, apesar de ser rara na prática.

Xue & Desmet (2019) defendem a adoção de uma perspectiva de primeira pessoa na pesquisa de fenômenos subjetivos. Esta abordagem reflexiva permite que o pesquisador utilize suas próprias experiências subjetivas como dados valiosos. A introspecção do pesquisador é particularmente relevante quando este faz parte do grupo-alvo estudado, facilitando o entendimento das normas e experiências desse grupo

4.2 A facilidade social

Petermans & Cain (2019) esclarecem que as pessoas podem influenciar sua felicidade ao focar na configuração de atividades intencionais. Segundo eles, isso cria enormes oportunidades para o design. A criação de ambientes de apoio social para pessoas enfrentando diversos desafios, facilitados pela disseminação da web 2.0, exemplifica uma contribuição significativa para o bem-estar social. Esses ambientes trazem propósito e motivação para seus participantes, destacando o papel fundamental dos facilitadores sociais em abordagens relacionais de design.

Facilitadores sociais, como define Daniel Goleman (2019), são habilidades que nos ajudam a criar conexões com os outros, construídas através de sincronia, apresentação pessoal, influência e preocupação. No design, estratégias de facilitação podem ser projetadas, de forma que facilitem o uso

dessas habilidades. Conforme Carla Cipolla (2018) podemos projetar facilitadores que atuam como mediadores nos processos pessoais e interpessoais. Seu modelo se baseia nas relações interpessoais e inclui mecanismos para facilitar a confiança necessária.

Cipolla destaca que projetar facilitadores promove uma vulnerabilidade intencional que aumenta a probabilidade de formar vínculos sociais fortes. A autora classificou os facilitadores em quatro categorias, em virtude de seu mecanismo de efeito: (a) artefato facilitador, projetado para mediar a colaboração e as relações interpessoais; (b) facilitador atitudinal, projetado para facilitar a expressão de atitudes ou sentimentos pessoais para os outros; (c) facilitador processual, projetado para promover relações interpessoais por meio de uma sequência de etapas; e, (d) facilitador narrativo, projetado para estimular as relações interpessoais por meio de uma interpretação pessoal dos eventos, ou uma narrativa ficcional organizada e montada (Cipolla, 2018).

Adotar facilitadores relacionais, tanto em termos de consciência emocional quanto de práticas que promovam conexões sociais, torna-se fundamental para criar soluções de design que se conectem profundamente com as pessoas. O design relacional transforma a maneira como projetamos e interagimos, estabelecendo uma base para um futuro onde conexões humanas e experiências emocionais se tornam centrais no processo criativo.

Como exemplo, Van der Bijl-Brouwer (2022) enfatiza a importância de estudos que examinem o papel do design na promoção de relacionamentos positivos, especialmente em situações de transformação sistêmica. Um projeto educacional ilustra isso, onde o objetivo era otimizar o processo de elaboração de planos de ensino para professores. Diante de feedbacks negativos na fase de prototipação, os designers optaram por organizar um workshop colaborativo para os professores. Neste evento, os participantes compartilharam suas experiências e práticas, o que resultou na co-criação de planos de ensino mais eficazes. Esta experiência revelou que a integração do design relacional, focado em fortalecer as interações humanas, pode ser um catalisador poderoso para a inovação e o desenvolvimento pessoal, impactando positivamente tanto o bem-estar individual dos professores quanto a dinâmica social da comunidade educativa.

Um estudo de Nielsen & Bjerck (2022) sobre pacientes submetidos a cirurgias demonstrou a importância das relações médico-paciente. Os pacientes que mantinham relações de confiança com seus médicos relataram sentir-se mais seguros e bem informados sobre seus procedimentos e recuperação. Esta observação ressalta que, no design voltado à saúde, o foco nas relações humanas pode ser mais impactante do que meramente classificar pacientes

em categorias ou personas. Este estudo sugere a adoção de uma visão mais ampla, na qual os pacientes são considerados membros ativos de redes sociais, e não apenas como entidades isoladas. Além disso, os autores propõem a utilização de métodos autoetnográficos em design, argumentando que estes podem oferecer insights mais profundos sobre as experiências humanas e resiliência, sugerindo a necessidade de uma abordagem mais holística e empática no design em contextos de saúde.

Finalmente, Yoon e Kim (2022) examinaram como a diversidade de emoções positivas influencia o uso da tecnologia e o bem-estar dos usuários. Os resultados mostram que uma abordagem de design que contempla uma variedade de emoções positivas enriquece a experiência do usuário. Este estudo sublinha a capacidade da tecnologia em servir como um veículo para emoções positivas e atividades enriquecedoras. Os pesquisadores ressaltam a importância do papel do designer em focar nas experiências e atividades possibilitadas pela tecnologia, além de seus aspectos físicos. A pesquisa sugere que a emodiversidade positiva no design de produtos tecnológicos pode ser uma ferramenta valiosa para a construção de relações sociais duradouras e o fortalecimento do bem-estar a longo prazo.

Ao nos aprofundarmos no design relacional e na empatia, fica evidente como esses conceitos enriquecem e expandem as abordagens do Design Emocional. Esta integração reflete a evolução do design e destaca a necessidade de práticas de design enraizadas na compreensão das relações humanas e na empatia. A convergência destes campos surge como uma necessidade para enfrentar eficazmente as complexidades e desafios do design contemporâneo, iluminando um caminho promissor para o futuro do design.

5. Apontamentos finais

Este artigo traçou um caminho de mudança no campo do design, começando com a transformação paradigmática do foco na estética e funcionalidade para uma abordagem mais rica e contextual, passando pelo desenvolvimento do Design Emocional e culminando na integração do Design Relacional. Através desta jornada, fica claro que a prática do design está se movendo em direção a uma compreensão mais profunda e humanizada, onde a empatia, a experiência emocional, e a colaboração não são apenas elementos complementares, mas fundamentais.

A mudança no design, como demonstrado inicialmente, reflete uma mudança de perspectiva, onde os designers são desafiados a ir além das soluções tradicionais e a considerar as complexidades sociais e emocionais dos seres humanos. Em seguida, ao explorar o Design Emocional, revelamos como este campo se tornou essencial para criar experiências significativas

e transformadoras, reconhecendo a importância das emoções e sentimentos na interação com o outro e com o artefato. Ao integrar estas ideias ao design relacional, destacamos como esses conceitos se combinam para formar uma abordagem mais holística e centrada nas relações humanas. Este enfoque não só enriquece as experiências dos indivíduos, mas também promove uma cocriação mais efetiva e genuína, estabelecendo um novo padrão para o design futuro.

Buscamos neste estudo, discutir mudanças apontadas por diversos estudiosos da área, como Blauvelt (2008), Krippendorff (2006) e Fokkinga (2021). Porém, compreendemos a necessidade de pesquisas práticas e de uma abordagem a longo prazo de acompanhamento das mudanças sociais e do impacto do design para esse processo. Assim, ressaltamos que a convergência destes aspectos - O design centrado no humano, o Design Emocional, e o Design Relacional - é mais do que uma tendência; é uma necessidade vital para responder de forma adequada aos desafios e complexidades do mundo contemporâneo. O futuro do design, portanto, será marcado por uma abordagem mais integrada e empática, onde a criação de soluções significativas e humanizadas será a pedra angular. Esta evolução não apenas melhora a qualidade das soluções de design, mas também fortalece as conexões humanas, transformando o design em uma ferramenta poderosa para um impacto social positivo e duradouro.

Referências

BLAUVET, Andrew. Towards Relational Design. **Design Observer**. 2008.

Disponível em: <http://designobserver.com/feature/towards-relational-design/7557> Acesso em: fev 2023.

BOCHNER, Arthur P. Heart of the Matter: a mini-manifesto for autoethnography. **International Review of Qualitative Research**, Illinois, vol. 10, n. 1, pp. 67-80, 2017.

CARDOSO, Rafael. **Design para um mundo complexo**. São Paulo: Cosac Naify, 2013.

CIPOLLA, Carla. Designing for Vulnerability: Interpersonal Relations and

Design. **SHE JI The Journal of Design, Economics, and Innovation**, v. 4. 2018

DAMAZIO, Vera. Design and Emotion. **The Bloomsbury Encyclopedia of Design**. London: Bloomsbury Design Library, 2018.

_____ & TONETTO, Leandro. Design emocional e design para o bem-estar: marcos, referências e apontamentos. **Estudos em Design**, v. 30 n.1, 2022. pp. 156-170.

DESMET, Pieter. **Designing Emotions**. Tese (doutorado). Delft: Delft University of Technology, 2002

_____ & HEKKERT, P. Special issue editorial: Design & emotion.

International Journal of Design, v. 3, n. 2, pp. 1-6, 2009

_____ & POHLMAYER, Anna. Positive Design: an introduction to design for subjective well-being. **International Journal of Design**, v.7, n. 3, dez 2013

FOKKINGA, Steven et al. Impact-Centered Design: Introducing an Integrated Framework of the Psychological and Behavioral Effects of Design. **International Journal of Design**, v.14, n. 3, 2020

FRASCARA, Jorge. People Centered Design. **Design and the Social Sciences: Making Connections**. London: CRC Press, 2002

GOLEMAN, D. **Inteligência social: A ciência revolucionária das relações humanas**. São Paulo: Objetiva, 2019

HARGREAVES, S. et al. Sharing and Empathy in Digital Spaces: Qualitative Study of Online Health Forums for Breast Cancer and Motor Neuron Disease (Amyotrophic Lateral Sclerosis). **Journal Medical Internet Research**, v. 20, n. 6. 2018

JORDAN, Patrick. Human factors for pleasure seekers. In: FRASCARA, Jorge (org.) **Design and the Social Sciences: Making Connections**. London: CRC Press, 2002

KRIPPENDORFF, Klaus. **The semantic turn: a new foundation for design**. London: Taylor & Francis, 2006.

NIELSEN, B. F. & BJERCK, M. Relational Design. **Proceedings of the Design Society**. London: Cambridge University Press, 2022.

NORMAN, Donald. **Design emocional: porque adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia**. Rio de Janeiro: Rocco, 2008

PETERMANS, Ann & CAIN, Rebecca. Setting the scene for design for subjective wellbeing. **Design for Wellbeing**. London: Routledge, 2019

STEVENS, Ruth et al. Wellbeing, Happiness and Flourishing. In: PETERMANS, Ann & CAIN, Rebecca (org). **Design for Wellbeing**.

London: Routledge, 2019

TONETTO, Leandro. An International Perspective on Design for Wellbeing. In: PETERMANS, Ann & CAIN, Rebecca (org). **Design for Wellbeing**.

London: Routledge, 2019

_____ & DA COSTA, Filipe. Design Emocional: conceitos, abordagens e perspectivas de pesquisa. **Strategic Design Research Journal**, v. 4, n. 3, pp. 132-140.

VAN DER BJIL-BROUWER, M. Service designing for human relationships to positively enable social systemic change. **International Journal of Design**, vol.16, n. 1, pp. 23-34

XUE, Haian & DESMET, Pieter. Researcher introspection for experience-driven design research. **Design Studies**, v. 63, 2019.

YOON, J. & KIM, C. Emdiversity in Everyday Homan-Technology Interactions and Users' Subjective Wellbeing. **International Journal of Human-Computer Interaction**, 2022.

Como referenciar

ASSUNÇÃO NEVES, Renata. DAMAZIO, Vera M. M. Projetando para emoções e relações: um novo paradigma no design contemporâneo. **Arcos Design**, Rio de Janeiro, v. 17, n. 1, pp. 123-142, jan./2024. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/arcosdesign>.

DOI: <https://www.doi.org/10.12957/arcosdesign.2024.78580>



A revista **Arcos Design** está licenciada sob uma licença Creative Commons Atribuição – Não Comercial – Compartilha Igual 3.0 Não Adaptada.

Recebido em 16/08/2023 | Aceito em 16/11/2023